

**PELAKSANAAN PEMERIKSAAN MANAJEMEN TERHADAP FUNGSI  
PEMASARAN PADA PT INDUSTRI SODA INDONESIA (PERSERO)  
DI SIDOARJO UNTUK MENINGKATKAN EFISIENSI DAN EFEKTIFITAS**

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN  
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI  
JURUSAN AKUNTANSI**



**DIAJUKAN OLEH :**

**CARTA BUANA PUSPITASARI  
No. Pokok : 049711549/E**

**KEPADA  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA  
SURABAYA  
2001**

**SKRIPSI**

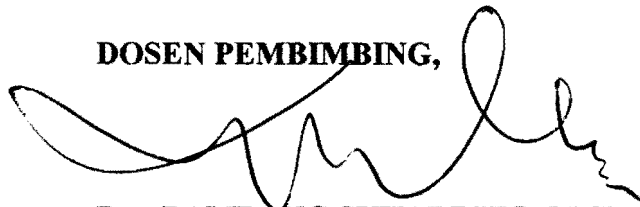
**PELAKSANAAN PEMERIKSAAN MANAJEMEN TERHADAP FUNGSI  
PEMASARAN PADA PT INDUSTRI SODA INDONESIA (PERSERO)  
DI SIDOARJO UNTUK MENINGKATKAN EFISIENSI DAN EFEKTIFITAS**

**DIAJUKAN OLEH:**  
**CARTA BUANA PUSPITASARI**  
**No. Pokok : 049711549/E**



**TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH**

**DOSEN PEMBIMBING,**

A handwritten signature in black ink, belonging to Drs. Bambang Suhardito.

**Drs. BAMBANG SUHARDITO, M.Si., Ak**

**TANGGAL** 22/10/2001

**KETUA PROGRAM STUDI,**

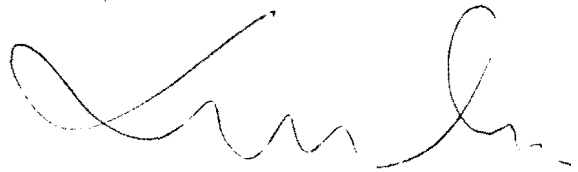
A handwritten signature in black ink, belonging to Dr. Arsono Laksmiana.

**Dr. ARSONO LAKSMANA, SE., Ak**

**TANGGAL** 22/10/2001

Surabaya, 27/9/2011

**Skripsi telah selesai, dan siap untuk diuji**



**Drs. Bambang Suhardito, M.Si, Ak.**

## ABSTRAK

Pemasaran memegang peranan besar dalam menentukan keberhasilan suatu perusahaan, bukan hanya dalam arti kemampuan mempertahankan eksistensi perusahaan, tetapi dikaitkan dengan situasi persaingan yang dihadapi. Dengan adanya suatu konsep pemasaran yang jelas dan kemampuannya untuk membaca pasar, maka diharapkan fungsi pemasaran dapat berjalan dengan baik.

Pemeriksaan pemasaran merupakan suatu cara untuk membantu manajemen memilih posisi dalam lingkungannya. Pemeriksaan ini mencakup suatu pengujian tujuan perusahaan, tujuan pemasaran, strategi, rencana tindakan, organisasi pemasaran, dan efisiensi penjualan. Pemeriksaan pemasaran memerlukan suatu analisis dari setiap unsur bauran pemasaran dan perubahan-perubahan dalam lingkungan yang mempengaruhi aktivitas pemasaran perusahaan.

PT Industri Soda Indonesia (Persero) merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang manufaktur yaitu industri kimia dasar. Produk yang dihasilkan oleh perusahaan adalah soda kostik, asam klorida, khlor cair, sodium hypokhorit, dan kalsium hypoklorit. Dalam melaksanakan kegiatan pemasarannya PT Industri Soda Indonesia berpedoman pada prosedur jaminan mutu dan petunjuk kerja mutu. Keberhasilan fungsi pemasaran ditentukan berdasarkan realisasi penjualan yang dicapai dibandingkan dengan anggaran yang telah ditetapkan.

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif studi kasus, yaitu digunakan untuk menjawab “bagaimana” dan difokuskan pada peristiwa kontemporer. Pengumpulan data tidak hanya mengandalkan dokumen-dokumen primer dan sekunder, tetapi juga berdasarkan wawancara dan observasi langsung. Analisis data yang dilakukan meliputi analisis kualitatif dan analisis kuantitatif. Analisis kuantitatif dilakukan dengan membandingkan anggaran dan realisasi nilai penjualan dan biaya pemasaran untuk menilai efisiensi dan efektifitas.

Kesimpulan: prosedur-prosedur pelaksanaan pemasaran yaitu Prosedur Jaminan Mutu (PJM) dan Petunjuk Kerja Mutu (PKM) telah dilaksanakan dengan baik. Tujuan pemasaran telah dibuat untuk mencapai tujuan perusahaan, tetapi tujuan pemasaran tidak dirinci lebih jelas menjadi tujuan jangka pendek dan jangka panjang. Inovasi produk belum dilakukan, sehingga perusahaan mempunyai rangkaian produk yang sama selama 40 tahun dan volume penjualan cenderung stabil. Pelaksanaan pemeriksaan manajemen dapat digunakan untuk menilai sistem manajemen perusahaan, sehingga dapat meningkatkan efisiensi dan efektifitas pada fungsi pemasaran PT Industri Soda Indonesia (Persero).